

延遲付款問題 令英國小企業舉步維艱

英國私營企業論壇 (FPB) 在一份針對小企業的民意調查中發現，長達四個月的付款等待期，使英國小企業的生存環境進一步惡化。有 42% 的受訪者表示，客戶的付款情況變得更惡劣，延遲付款已是小型企業目前面對的最大困難，其次是銷售不旺 (20%)、及健康和安全法規 (11%) 的問題。

雖然坊間有不少解決付款不及時的辦法，英國政府亦推出了《及時付款守則》，要求供應商作出按時付款的承諾，FPB 也設立了一個「延遲付款黑名單」。但《守則》自 2008 年 12 月出台以來，只吸引了 500 家企業加入，從 2008 年起被列入「延遲付款黑名單」的企業也只有 13 家，反映《守則》未能普及化。■ 資料來源：必勝網

英國印刷等製造業產量 17 年內首次出現產量降幅

英國國家統計局 (ONS) 發佈了一份來自 13 個主要生產行業的指數報告，顯示在今年 7 月及 8 月，工廠生產量與 2008 年同期比較，下降了 1.9%。紙漿、紙張、印刷和出版也出現降幅，最新三個月的生產量下降了 2.8%，其中包括印刷和相關行業下降了 4.6%。英國製造業在 17 年內首次下跌。

這個不利消息迫使國際貨幣基金會進行第二次貸款緊縮措施，原本計劃對英國經濟恢復投入的 2,000 億英鎊資金支持計劃或會受到影響，但英國央行貨幣政策委員會仍將利率保持在 0.5%。

■ 資料來源：科印網

歐洲收緊 新能源標籤規定

歐洲委員會的新議案建議擴大能源標籤指令的規管範圍，由家用電器擴展至所有能源相關產品，並進一步定義額外實施措施。歐委會建議重新修訂第 92/75/EEC 號指令，擴大指令的監管範圍至所有能源相關產品，但不包括運輸工具。歐委會認為，能源相關產品是指使用時影響能源消耗的產品。歐洲議會於 5 月 5 日的全體會議上通過重訂指令草案，要求作出多項修訂。

受實施措施涵蓋的特定產品廣告，以及含有技術資料的印刷或網絡宣傳品，需向最終用者提供必要資訊，如能源消耗、節能或產品的能源級別等參考資料。標籤必須清晰可見及容易閱讀，內容

包括標籤的有效日期；實施措施明確指出標籤分級制的設定期限，必須為三年至五年。歐委會必須定期檢討能源標籤分級制，並在檢討分級制前諮詢相關人士。供應商應向經銷商提供最新版本標籤，經銷商需於舊標籤過期當日，換上附有能源標籤的新標籤。

此外，優先名單實施日期不可遲於新指令生效後六個月；歐委會將以節能潛力為準則，與建議受標籤制度規管的優先產品名單溝通。歐委會將於 2010 年前，研究標籤向最終用者提供產品對能源消耗影響等資料的可行性。

新指令草案及歐洲議會提出的修訂，正等待歐盟部長理事會首讀，預計將於 2009 年 12 月 7 日達成政治協議。若歐洲議會未有進一步反對聲音，新指令草案將正式實施及刊登於歐盟的《官方公報》內。■ 資料來源：標籤世界

北美印刷电路板 BB 值降至 1.07

美國印刷电路板協會 (IPC) 指出，2009 年 7 月，北美總體印刷电路板 (PCB) 製造商 BB 值 (即接單出貨比) 為 1.07，雖然仍較前月的三年新高 1.11 為低，但已連續第三個月大於 1。BB 值大於 1 表示接獲的新訂單比當月出貨價值為高。

IPC 數據顯示，7 月份北美印刷电路板製造商接獲全球訂單的三個月移動平均金額，較 2008 年同期下滑 23.1%，較 6 月份減少 24.5%；2009 年至今，年減率達 27.4%。7 月份北美印刷电路板製造商三個月移動平均出貨金額，同比下滑 25.3%，較 6 月份下降 12.3%；2009 年至今，年減率達 27.1%。

IPC 總裁 Denny Mc Guirk 指出，硬式印刷电路板 (Rigid PCB) 銷售額在 6 月份出現明顯增長後，7 月份再度恢復下滑趨勢。軟式印刷电路板 (Flexible PCB) 銷售額則持續下降。不過，硬式印刷电路板與總體印刷电路板的年增長率，保持逐月改善的趨勢。

根據 IPC 統計，7 月北美軟式印刷电路板製造商 BB 值，由前月的 1.02 下滑至 0.94。其中，7 月份全球訂單的 3 個月移動平均金額，較去年同期大減 32.9%，較 6 月萎縮 41.6%；2009 年迄今今年減率達 9%。此外，7 月份的 3 個月移動平均出貨金額，較去年同期下滑 14.9%，較月減少 17.8%；2009 年迄今今年增率達 1%。

硬式印刷电路板製造商 BB 值由前月的 1.12，下滑至 1.09。其中，7 月份全球訂單的 3 個月移動平均金額，較去年同期大減 22.3%，較 6 月減

2009 年第三季度 美國雜誌廣告頁 縮水兩成多

美國信息局 (PIB) 最新公佈的統計數據顯示，美國雜誌在 2009 年第三季度取得的廣告總收入為 45.33 億美元，比去年同期下降 18.6%；廣告頁面數量為 3.86 萬頁，比 2008 年第三季度減少了 26.6%。

第三季度的食品類廣告收入增加了 10%，廣告頁面增加了 3.9%。此外，預製食品、飲料、小吃，以及原料和調味料的廣告收入也有可觀的增長。雖然其他 11 類產品的雜誌廣告出現了不同程度的降幅，但衛生和護髮用品、清潔劑、拋光劑和建築設備等產品在本季度的表現依然突出。

2009 年首三個季度，美國雜誌廣告總收入為 136.63 億美元，較 2008 年同期下降了 20.3%，雜誌廣告量共 11.96 萬頁，同比下跌了 27.2%。

資料來源：必勝網

少 22.9%；2009 年迄今今年減率達 28.7%。此外，7 月份的 3 個月移動平均出貨金額，較去年同期下滑 26.2%，較 6 月下滑 11.8%；2009 年迄今今年減率達 28.9%。

資料來源：中國軟件工程網

PRINT 09 完美落幕 吸引近三萬名觀眾入場

PRINT 09 展會圓滿落幕，雖然經濟危機仍有影響，但這次展會吸引了來自 94 個國家、共 1.8 萬名印刷專業人士前來參觀、比較和購買最新的印刷技術和設備，另外又吸引了 10,512 個尋找設備、產品、服務和應用程序的印刷採購企業。這次展會面積為 56.6284 萬平方英尺，共有 680 家參展商，其中 126 家為首次參展企業。■

資料來源：必勝網

綠色包裝大勢所趨 薄膜商發起包裝革命

隨著工業界越來越關注可持續發展議題，薄膜生產商不斷改進產品工藝、加緊戰略佈局，並在包裝行業發起綠色革命。

在消費者和監管機構的敦促下，包裝公司不斷改進工藝，以求在可持續發展方面多作貢獻。部分公司認為，採用先進的薄膜包裝技術，將是樹立綠色形象的重要組成部分。

全球的包裝薄膜生產商正加緊部署新戰略，在不同地區擴展生產能力，大量生產具優良熱封強度及無墨印刷效果的雙向拉伸聚丙烯（BOPP）高阻隔金屬化膜，以及環保安全、降解徹底的水溶性薄膜聚乙烯醇（PVOH）塗層材料等。有些公司更進一步開發生物降解和可再生阻隔膜，例如以木漿為原料的纖維素包裝膜。此外，利用納米技術成為最新趨勢，進一步減少包裝材料的使用量。■

資料來源：食品商務網

英國戶外廣告協會表示 印刷的投資回報率最高

英國戶外廣告協會對英國 400 多個品牌進行案例分析，測算出不同媒體平台的投資回報率。結果發現，印刷是零售企業最有效的廣告形式，與其他戶外活動結合在一起使用的話，其宣傳效果將更加明顯。

零售商在戶外廣告上每支出 1 英鎊，就相當於在電視廣告上得到 3.57 英鎊的銷售額，或從印刷廣告上得到 6.23 英鎊的銷售額。此外，戶外活動能使印刷廣告和直銷活動的效力分別提高了 34% 和 61%。■

資料來源：必勝網

全球首款 可降解金屬包裝材料上市

墨西哥烘焙食品公司賓堡集團（Grupo Bimbo）宣佈，旗下子公司 Organizacion Barcel 已開始為其產品提供可降解金屬包裝，這些包裝在產品被廢棄後 3 至 5 年內可被分解。

Symphony Environmental Technologies PLC 總監 Michael Laurier 向賓堡集團首席執行官 Daniel Servitje 頒發證書，以表彰其公司成為全球首家推出可降解金屬包裝的企業。Barcel 將這種可降解環保型材料率先應用到其 Takis 零食產品線。這項措施將逐步覆蓋全集團的所有產品，到 2011 年第一季度，該公司的所有產品都會採用這種可降解金屬包裝。■

資料來源：慧聰印刷網

2009 年第一季度 歐洲紙漿價格全面下跌

最 新的美國木材資源季報 (WRQ) 顯示，歐洲紙漿價格在 2009 年第一季度全面下跌，瑞士、法國、芬蘭和德國的降幅最大，其中軟木和櫻木價格總體比上季度下降了 11% 到 18%。這些紙漿在美元市場上的價格下跌幅度最大。

所有工廠都降低了開工率，使瑞士和芬蘭紙漿廠的木材成本下降了 30%。儘管歐洲漿價下跌，但北歐地區的木材纖維成本仍然處於世界最高水平。過去幾年，多家造紙企業宣佈將永久或暫時關閉設在芬蘭的造紙廠，芬蘭森林業受到強烈衝擊。此外，需求下降和原材料成本上漲都是紙張市場正面對的問題。■

資料來源：必勝網

日本木纖維 09 年進口量 或降至 20 年最低

日 本是木片進口大國。2008 年，日本木纖維用量創新高，達 1,910 萬噸，其中 72% 依靠進口，主要來自澳洲、越南、智利和南非的闊葉人工林。

過去三年，進口木片價格持續上漲，創 20 年來的新高，每噸達到 201 美元。針葉木纖維用量逐漸減少，2008 年達到最低紀錄 610 萬噸，2009 年 1 季度的平均價是每噸 187 美元。

2009 年，製漿廠減產，日本木纖維的進口量或會降至 20 年來的新低。預料木片（特別是針葉木片）的價格將會下降。■

資料來源：生意社

巴西向中國 出口紙漿量翻兩番

中 國已成為巴西最大的紙漿出口市場。今年上半年，巴西對中國的出口量是 2008 年同期的 2.2 倍，重量由 63.8 萬噸上升為 140 萬噸，增加了一倍多。

巴西紙漿業界對今年下半年的出口形勢普遍看好，特別是中國，中國佔巴西紙漿出口總量的三分之一以上，並將繼續提升。預計巴西全年的出口量將有較大幅度的增長。

巴西是世界重要的紙漿生產大國和出口大國，其紙漿產量在 2005 年已超過 1,000 萬噸；2007 年達 1,210 萬噸，排在世界第七位，淨出口量為 626 萬噸，為世界第二；2008 年約為 1,300 萬噸；2009 年上半年，其紙漿產量為 632 萬噸，與 2008 年同期相比基本持平，出口量為 390 萬噸，同比增長 18.2%。■

資料來源：中國新聞出版報

「個性化報紙」首度亮相 報紙內容由讀者決定

兩 名德國企業家推出了歐洲首份個性化報紙“Niiu”，訂閱者可以自由選擇報紙的內容和主題，例如體育、時政及時尚等，版面上只會出現他們所選擇的內容；同時，又可以像普通報紙一樣，在每天早上八時之前，準時送到讀者的報箱。

目前，居住在德國首都柏林的讀者可以登陸“Niiu”網站，選擇自己喜歡的新聞，提交編輯和印刷，第二天便有一份屬於自己的報紙了。■

資料來源：廣州日報

美國圖書館推廣電子書 吸引讀者

美國約有 5,400 家公共圖書館已推出電子書和數字化有聲讀物下載服務，以吸引更多讀者。一部電子書一次僅供一人下載，下載熱門讀物需要網上排隊等候；在借閱期結束後，下載讀物會自動從讀者電腦或電子書閱讀器上消失。

電子書服務商「快車」公司今年為公共圖書館提供的電子書借閱量已超越 100 萬人次，2007 年

只有 61 萬人次。另一家電子書服務商「網絡圖書館」在過去一年，其電子書和數字化有聲讀物借閱量上升 21%。紐約公共圖書館館長保羅·勒克萊爾表示，年輕人已習慣在線閱讀，讀者的借閱對象將由紙質讀物轉向電子讀物。

現時圖書館電子讀物收藏量仍不及紙質讀物，而且不少讀者尚未了解圖書館網站下載電子書的服務；此外，多數圖書館的電子讀物須下載至少數專用閱讀器後才能閱讀，其定價也令部分圖書館卻步。■

資料來源：北青網

2018 年電子書銷售收入 將超越紙質書

法蘭克福書展組委會組織了 840 位歐美國際書業專家參與調查，結果顯示，2018 年將成為書業發展的轉捩點，屆時，電子書銷售收入將超過紙質圖書。

雖然電子書產品目前僅佔大部份受訪者總體銷售的一小部分，但他們對電子書的發展持樂觀的態度。60% 的受訪者預計，電子書相關產品的銷售約佔整體收入的 10%，並在未來幾年，這一比例將大幅提高。38% 的受訪者預計，2011 年，電子書相關產品的銷售將佔其總收入的 26% 至 100%。

法蘭克福書展主席尤根·博思表示，雖然電子書商業模式仍未完善，但將數字化內容網上免費傳播的趨勢已經出現，如今正是開拓新市場的好時機。■

資料來源：中國新聞出版網

一次性紙水瓶問世 竹葉棕櫚葉漿紙製成

全球最大的品牌設計公司 Brandimage 設計了一款一次性紙水瓶“360 Bottle”，利用竹葉或棕櫚葉漿製成紙，其紙質的外骨架能夠保護水瓶內部的柔軟材料。

這款紙水瓶的設計師 Jim Warner 發現，美國每年丟棄多達 6,000 萬個塑料瓶，其中只有 14% 被回收。“360 Bottle”由兩層紙構成，其間以一層很薄的聚乳酸黏結，其聚合物使用量比塑料瓶少 90% 至 95%。水瓶的瓶蓋是開啟式的，分為兩部分，一邊在喝水時可插入瓶口以防灰塵污染，另一邊與指環相連，還可兩次密封瓶口。■

資料來源：中國造紙雜誌社